

2009年中国固体饮料制造行业市场分析及投资预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国固体饮料制造行业市场分析及投资预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/3228632286.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

第一章 固体饮料的相关概述

- 一、固体饮料简述
- 二、固体饮料的分类
- 三、固体饮料特点
- 四、饮料质量鉴别
- 五、固体饮料选购小常识

第二章 2008年全球固体饮料制造行业发展概况

- 一、2008年固体饮料发展的国际经济环境
 - (一) 经济全球化进程加速
 - (二) 新科技革命促进固体饮料行业快速发展
 - (三) 全球产业结构调整加快固体饮料产业升级
- 二、2008年全球饮料行业发展概况
 - (一) 饮料市场呈现多样化
 - (二) 消费需求倾向健康、方便和环保
 - (三) 保健功能饮料越来越受到关注
 - (四) 新品种接连进入市场
 - (五) 全球饮料产销的重心转向亚洲
- 二、2008年全球饮料主要国家运行
 - (一) 美国
 - (二) 英国
 - (三) 日本
- 三、2009-2012年全球饮料行业发展趋势

第三章 2008年中国固体饮料制造行业市场运行环境解析

- 一、2008年中国经济发展环境
 - (一) 2008年中国宏观经济运行情况
 - (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
 - (三) 中国应对金融危机的措施
- 二、2008年中国固体饮料制造行业政策环境
 - (一) 固体饮料卫生标准
 - (二) 《含乳饮料卫生标准》
 - (三) 饮料强制性国标《饮料通则》出台
- 三、2008年中国固体饮料制造行业技术环境

四、2008年中国固体饮料制造行业社会环境

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念

第四章 2008年中国固体饮料制造行业发展现状综述

一、2008年中国固体饮料动态

- (一) 低聚麦芽糖助推固体饮料升级
- (二) 饮料市场启用新国标
- (三) 固体饮料质量堪忧
- (四) 果蔬粉尽展诱人前景

二、2008年中国固体饮料制造业概述

三、2008年中国固体饮料市场运行

四、2008年中国固体饮料市场重点产品产销

- (一) 果香型固体饮料
- (二) 蛋白型固体饮料
- (三) 其他型固体饮料

五、2008年中国固体饮料制造业面临的机遇与挑战

第五章 2007、2008年中国固体饮料制造行业数据监测

一、2007、2008年中国固体饮料制造行业总体数据

- (一) 2007年中国固体饮料制造行业全部企业数据
- (二) 2008年中国固体饮料制造行业全部企业数据

二、2007、2008年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据

- (一) 2007年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据
- (二) 2008年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据

三、2007、2008年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据

- (一) 2007年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据
- (二) 2008年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据

第六章 2008年中国固体饮料市场营销

一、固体饮料销售渠道策略

- (一) 固体饮料行业现行渠道模式
- (二) 渠道维护的要点
- (三) 固体饮料的餐饮渠道

二、固体饮料销售终端策略

- (一) 终端营销在固体饮料行业中的重要地位
- (二) 终端营销的实施
- (三) 终端营销的关键点控制

(四) 终端促销方案

三、果珍市场的营销现状

(一) 果珍固体饮料的市场现状

(二) 果珍固体饮料的渠道

第七章 2008年中国固体饮料消费者调查

一、主要城市固体饮料消费频率

(一) 各城市固体饮料消费频率比较

(二) 各城市不同年龄层消费者消费频率

(三) 各城市不同收入层消费者消费频率

二、固体饮料消费习惯

(一) 主要城市消费者固体饮料消费动机

(二) 主要城市消费者品牌习惯研究

三、固体饮料包装形式偏好

(一) 包装喜好总体情况及城市比较

(二) 各城市不同年龄层消费者包装形式喜好研究

(三) 各城市不同收入层消费者包装形式喜好研究

四、固体饮料重度消费者研究

(一) 重度消费者年龄分布

(二) 影响重度消费者的购买因素

第八章 2008年中国固体饮料制造行业竞争格局透析

一、2008年中国固体饮料制造行业竞争现状

(一) 品牌竞争格局

(二) 价格竞争形式

(三) 促销方式

二、2008年中国固体饮料行业集中度

三、2008年中国固体饮料行业竞争策略

四、2009-2012年中国固体饮料竞争趋势

第九章 全球知名品牌固体饮料制造企业

一、高乐高

二、雀巢

三、多美滋

四、纽贝斯特

第十章 中国固体饮料制造行业知名企业

一、东莞雀巢有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

二、汕头市智多星食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

三、汕头市三鹿食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

四、东台市天力源食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

五、维维集团

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

六、卡夫天美食品(天津)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

第十一章 2008年中国固体饮料上下游产业链运行

一、上游原材料供应量

(一) 固体饮料主要原料产量

(二) 主要原材料区域分布

二、原材料价格

(一) 近年我国固体饮料主要原料产品的价格变动趋势

(二) 不同地区固体饮料主要原料产品价格

三、原材料供应商议价能力

(一) 中国固体饮料主要原料产品的供求对比

(二) 原材料行业与固体饮料行业的议价能力

四、固体饮料消费总量

(一) 2008年固体饮料消费总量

(二) 重点地区消费量

(三) 固体饮料消费结构

五、固体饮料消费影响因素

(一) 产品质量因素

(二) 产品价格因素

(三) 渠道因素

(四) 品牌因素

(五) 包装因素

六、固体饮料的主要渠道

(一) 便利店

(二) 批发商

(三) 超市、大卖场

(四) 出口贸易

七、下游议价能力综述(消费者、经销商)

第十二章 2009-2012年中国固体饮料制造行业发展及投资分析

一、2009-2012年中国固体饮料制造行业市场预测

(一) 中国固体饮料制造行业市场供给预测

(二) 中国固体饮料制造行业市场需求预测

二、2009-2012年中国豆制固体饮料发展策略

(一) 培育市场走"竞合"之路

(二) 消费培育是关键

(三) 行业联合做大市场

(四) 领先品牌深耕细作市场

三、2009-2012年中国固体饮料制造行业投资

(一) 中国固体饮料制造行业投资环境

(二) 中国固体饮料制造行业投资机会

(三) 中国固体饮料制造行业投资风险

图表目录(部分):

图表: 2008年中国GDP增长情况

图表: 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表: 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表: 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表: 2001-2008年中国进出口走势

图表: 2001-2008年中国失业率走势

图表: 2007-2008年中国货币供应量

图表: 2008年1-9月份我国部分行业调整变化(同比增长率%)

图表: 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化(同比增长率%)

图表: 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长(同比增长率%)

图表: 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表: 提高出口退税率的商品清单

图表: 略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/3228632286.html>